



首都圏の若者による地域との交流事業  
ボノ株式会社 × 早稲田大隈通り商店街

### ▶若者を中心に地方への関心が高まっている。

平成29年度国土交通白書によると、三大都市圏の若者は地方移住に強い関心があるとしており20代の4人に1人が特に関心を示している。

### ▶自己負担で地方に行くほど可処分所得がない。

地方に興味がある若者は多いが、現状の地方体験交流プログラムのほとんどが現地集合であり自己資金を出せずにプログラムに参加できない若者が多い。

### ▶継続的な地域と若者の関係づくりが難しい。

地方体験交流プログラムで地域を訪れた若者が、都市部に戻ってから地域住民との関係を継続することが難しい。

GOAL

**若者が農業・水産・加工品に関わる地域住民を  
中心に取材し東京の商店街で継続的に販売・交流  
できる仕組みをつくる**



CHALLENGE

1. 首都圏の大学生10名程度が2泊3日の取材フィールドワークを行い、農業・水産・加工品に関わる地域住民の想いを記事化する。
2. フィールドワークに参加した大学生が早稲田大隈通り商店街の店舗で1ヶ月間地域の食材の販売を行う。
3. 地域の食材を東京の商店街とコラボレーションしてオリジナルメニュー開発（レシピ）、商品開発を行う。

# 施策の概要



募集

フィールドワーク

制作

東京商店街コラボ

首都圏の大学生を10名募集し、事前ワークショップを実施



事前WSでは、フィールドワークで訪問する地域について学ぶとともに取材の方法や自分が企画に参加する理由を明確にする。

大学生による住民取材と企画提案



農業・水産・加工品に関わる地域住民の取材を中心としたフィールドワークを実施し、首都圏の学生と住民の交流を図る。さらに、取材をする中で気付いた課題にアプローチする企画提案を最終日に行う。

生産者を紹介する記事や冊子の制作



大学生が取材した生産者の記事を作成し、キーマンSTORY（ウェブサイト）で紹介する。また、商品販売の際に渡す冊子やポストカードも作成する。

東京での商品販売やオリジナルメニュー開発



大学生が取材した生産者の方々の商品を中心に東京・早稲田大隈通り商店街の店舗で1ヶ月間の販売を行い、フィールドワークに参加した大学生が継続的に関わる。また、商店街の飲食店にて地域の食材を活用したオリジナル商品（メニュー）開発も行う。

## 首都圏の大学生を10名募集し、事前ワークショップを実施



首都圏の大学を中心に活動している地域づくりサークルや学生団体に対して、プログラム参加の呼びかけを行いフィールドワーク参加学生と事前ワークショップを行う。

### ▼目的

1. 参加者個人がなぜ地域に行くのかを深掘りして考える  
機会の提供。
2. 地域資源（人、自然、風土）の情報の事前共有。
3. 取材方法のレクチャー
4. プログラム内容の共有

### ▼内容

- ・都内の大学生1,000名に対する呼びかけを実施
- ・興味を示した学生団体の代表との打ち合わせの実施
- ・大学生の事前ワークショップの日程調整
- ・事前ワークショップの実施（我楽田工房）
- ・参加者のプロフィール作成

### ▼募集人数

10名～15名



## 大学生による住民取材と企画提案

農業・水産・加工品に関わる地域住民の取材を中心としたフィールドワークを実施し、首都圏の学生と住民の交流を図る。さらに、取材をする中で気付いた課題を大学生視点で解決する企画提案を最終日に行う。また、商品販売を通じて大学生と地域が継続的な関係づくりが出来る方法を話し合う。

### ▼内容

- ・大学生による2泊3日のフィールドワーク
- ・住民取材
- ・取材記事の作成
- ・大学生の発表会の開催
- ・大学生と住民のワークショップの開催



# 生産者を紹介する記事や冊子の制作



大学生が取材した生産者の記事を作成し、キーマンSTORY（ウェブサイト）で紹介する。また、商品販売の際に渡す冊子やポストカードも作成する。

## ▼目的

1. 生産者の活動に対する想いの見える化
2. フィールドワーク参加学生の地域への想いを醸成する
3. 首都圏の生活者に地域の生産者のPR
4. 地域住民のシビックプライドの向上

## ▼内容

- ・地域の生産者の紹介記事の制作
- ・商品の特徴を入れた冊子の制作
- ・店頭で利用するポップの制作
- ・大学生による地域説明イベントの実施



## 東京の商店街での商品販売やオリジナル商品・メニュー開発

大学生が取材した生産者の方々の商品を中心に東京・早稲田大隈通り商店街の店舗で1ヶ月間の販売を行い、フィールドワークに参加した大学生が継続的に関わる。また、商店街の飲食店にて地域の食材を活用したオリジナル商品・メニュー開発も行う。

### ▼目的

1. フィールドワークで地域を訪問した大学生が継続的に地域と関われる機会の提供
2. こだわり商店にて地域の食材のPR販売（1ヶ月間）
3. 消費者を巻き込んだオリジナル商品・メニュー開発
4. 早稲田・大隈通り商店街とのコラボレーション

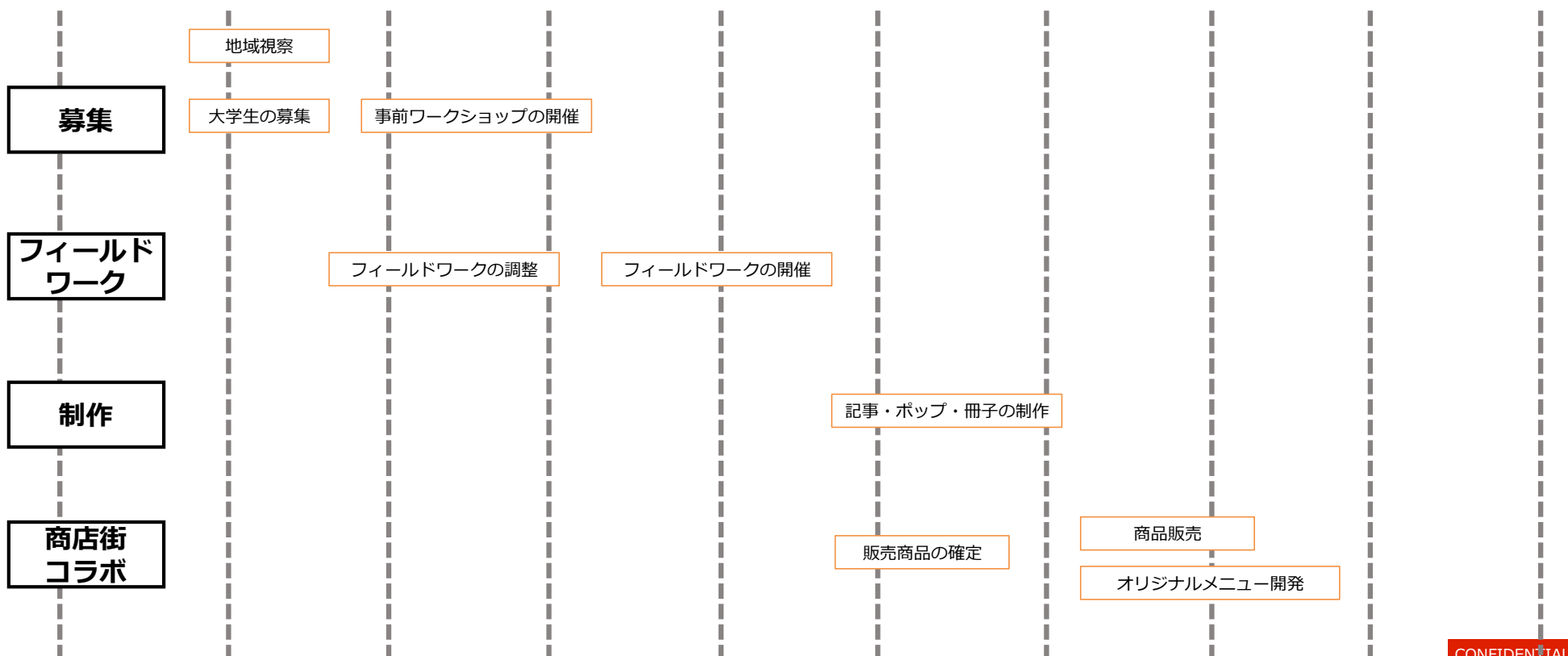
### ▼内容

- ・首都圏のレストランとの連携
  - ↳ 都電テーブル（和食レストラン）
  - ↳ グットモーニングカフェ（イタリアンカフェ）
  - ↳ みんなのキッチンモズ（バル）
  - ↳ バルデッセ（イタリアンバル）
  - ↳ 中華佳里福（ジャリフ中華）
- ・大学生による商品販売（1ヶ月間20品目まで）
- ・街路灯17本、20店舗でのポスター掲載





# スケジュール (点線は1ヶ月単位)



CONFIDENTIAL

# 実績（ボノ株式会社）



## 大学生交流事業



### 実施地域

- ・北海道日高町
- ・千葉県いすみ市、館山市
- ・栃木県矢板市
- ・群馬県桐生市
- ・茨城県行方市、潮来市、銚田市
- ・長野県伊那市、塩尻市、筑北村
- ・京都府綾部市、京丹後市、南丹市、宮津市、和束町
- ・和歌山県田辺市
- ・鳥取県岩美町
- ・島根県川本町、津和野町、美郷町、益田市、吉賀町
- ・長崎県五島市

## 地域おこし協力隊研修事業



### 実施地域

- ・栃木県矢板市
- ・茨城県庁、潮来市、桜川市
- ・長野県庁、筑北村
- ・石川県庁

## イベント・事業企画



### 取引先

- ・株式会社オープンストリーム
- ・キリン株式会社
- ・グリコ乳業株式会社
- ・株式会社クレディセゾン
- ・セオリアファーマ株式会社
- ・株式会社そごう・西武
- ・東京ヴェルディ株式会社
- ・阪神高速道路株式会社
- ・株式会社NTTドコモ
- ・株式会社日立製作所
- ・株式会社ファジー・アド・オフィス
- ・森永製菓株式会社
- ・横須賀共済病院
- ・横浜南共済病院

## 実績（こだわり商店：株式会社稲毛屋）

こだわり商店は店主とお客様とで商品を選び、全国50地域の生産者、製造者の方々から産地直送で届いた商品、約1200アイテムを販売しているお店です。地域から委託を受けてアンテナショップ事業も展開しています。

【場所】こだわり商店（東京都新宿区西早稲田1-9-13）



### 連携実績

- ・ 栃木県茂木町
- ・ 宮城県南三陸町
- ・ 東京都檜原村
- ・ 福島県飯舘村
- ・ 長野県阿南町
- ・ 茨城県常陸太田市
- ・ 高知県土佐市
- ・ 石川県珠洲市
- ・ 佐賀県鹿島市
- ・ 群馬県伊勢崎市
- ・ 千葉県南房総市
- ・ 山形県鶴岡市
- ・ 新潟県燕市

### ※ こだわり商店（テレビ紹介）

- 2008年11月7日 テレビ東京「Newsモーニングサテライト」
- 2010年3月6日 フジテレビ「にじいろジーン」
- 2010年3月18日 TBS「総力報道！THE NEWS」
- 2010年5月18日 テレビ朝日「スーパーモーニング」
- 2011年11月29日 テレビ東京「7スタLIVE」
- 2014年8月20日 テレビ東京「昼めし旅」
- 2014年9月1日 フジテレビ「情報プレゼンター とくダネ！」
- 2017年2月19日 NHK総合「サキどり」